МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
И.о.декана факультета истории
и международных отношений
О.И. Амурская
«30» августа 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Уровень основной профессиональной образовательной программы бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: заочная

Сроки освоения ОПОП: 4года 6 месяцев (нормативный)

Факультет истории и международных отношений

Кафедра социальной психологии и социальной работы

Рязань, 2018

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» являются формирование у студентов компетенций в области научного представления о роли массовой коммуникации в современном мире, о ее воздействии на выбор ценностных ориентаций и моделей поведения в социуме, что позволит обучающимся эффективно взаимодействовать с большими аудиториями, демонстрировать комфортно-психологическое общение, а также разнообразные тактики, ориентированные на достижение поставленной цели.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

2.1. Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б3.Б.14).

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

- «Психология»
- «Теория и практика массовой информации»
- «Основы деловой коммуникации»

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- «Основы теории коммуникации»
- «Массовые коммуникации и медиапланирование»
- «Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью»

2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы.

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общекультурных (ОК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	Уметь	Владеть
1	**ОК-6**	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические конфессиональные и культурные различия	- особенности медиаповедения в современной инфосреде, - психологические особенности коммуникационного процесса	- выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение, - использовать эффективные стратегии взаимодействия с массовой аудиторией, - использовать вербальные и невербальные техники психологического воздействия на массовую аудиторию;	- навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения - приемами анализа современных медийных текстов, форм обратной связи аудитории в ходе массовой коммуникации,
2	**ОПК-5**	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	- категориальный аппарат дисциплины - структуру, виды, функции массовой коммуникации, ее отличия от других видов коммуникации - основы психологии массовой коммуникации	- анализировать медийные тексты с точки зрения их соответствия закономерностям психических познавательных процессов аудитории - преодолевать коммуникативные барьеры в массовой коммуникации.	- приемами определения повестки дня СМИ - методами исследования коммуникатора. - приемами психологического анализа и экспертной оценки рекламных и PR-текстов,

3	**ПК-6**	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации	- структуру и функции коммуникатора в массмедиа, - основные характеристики и тенденции развития каналов массовой коммуникации - условия, требования к профессиональной деятельности, психологические особенности и специфику общения медиакоммуникатора с аудиторией,	- исследовать общественное мнение и использовать тактики и приемы его управлением через средства массовой коммуникации; - выполнять психологический анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; - анализировать психологические основы массово-коммуникативного воздействия, - оценивать возможности применения концепций воздействия масс-медиа для организации эффективных коммуникативных кампаний	- навыками использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций, - навыками психологического исследования массовых коммуникаций, - способностью использовать потенциал социальной инфраструктуры для решения профессиональных задач.
4	**ПК-7**	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	- свойства массмедийных сообщений - принципы и технологии «Паблик Рилейшенз»; - приемы использования вербальных и невербальных техник психологического воздействия на массовую аудиторию; - методы формирования привлекательного имиджа;	- анализировать влияние медийного канала коммуникации на эффективность массовой коммуникации, - обосновывать с психологической точки зрения выбор массмедийного канала для конкретных коммуникативных кампаний - сопоставлять различные результаты исследований медиа-аудитории и использовать их в профессиональной деятельности	- приемами адаптации информации для передачи по конкретному каналу коммуникации. - основными методами психологического воздействия в массовой коммуникации и «Паблик Рилейшенз».

				- адекватно оценивать теоретические проблемы массовой коммуникации и Паблик Рилейшенз использовать их основные положения и приоритеты при решении социальных и профессиональных задач	

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
«Психология массовых коммуникаций»					
Цель дисциплины	формирование компетенций в области научного представления о роли массовой коммуникации в современном мире, о ее воздействии на выбор ценностных ориентаций и моделей поведения в социуме, что позволит обучающимся эффективно взаимодействовать с большими аудиториями, демонстрировать комфортно-психологическое общение, а также разнообразные тактики, ориентированные на достижение поставленной цели.				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общекультурные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		**Перечень компонентов**	**Технологии формирования**	**Форма оценочного средства**	**Уровни освоения компетенции**
ИНДЕКС	**ФОРМУЛИРОВКА**				
ОК-6	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические конфессиональные и культурные различия	**Знать** - особенности медиаповедения в современной инфосреде, - психологические особенности коммуникационного процесса **Уметь** - выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение,	Путем проведения лекционных и практических аудиторных занятий, применения новых образовательных	экзамен	**ПОРОГОВЫЙ** Способен работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические конфессиональные и культурные различия, грамотно и аргументировано

		- использовать эффективные стратегии взаимодействия с массовой аудиторией, - использовать вербальные и невербальные техники психологического воздействия на массовую аудиторию; **Владеть** - навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения - приемами анализа современных медийных текстов, форм обратной связи аудитории в ходе массовой коммуникации	технологий, организации самостоятельной работы обучающихся.		общаться в устной и письменной форме при решении профессиональных задач **ПОВЫШЕННЫЙ** Способен организовывать деятельность коллектива, самостоятельно повышать уровень своего речевого развития, анализировать его применительно к задачам профессиональной деятельности.
Общепрофессиональные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		**Перечень компонентов**	**Технологии формирования**	**Форма оценочного средства**	**Уровни освоения компетенции**
ИНДЕКС	**ФОРМУЛИРОВКА**				
ОПК-5	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	**Знать** - категориальный аппарат дисциплины - структуру, виды, функции массовой коммуникации, ее отличия от других видов коммуникации - основы психологии массовой коммуникации **Уметь** - анализировать медийные тексты с точки зрения их соответствия закономерностям психических познавательных процессов	Путем проведения лекционных и практических аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной	экзамен	**ПОРОГОВЫЙ** Способен в своей профессиональной деятельности использовать знания в области психологии массовой коммуникации и «Паблик Рилейшенз»; способен принимать участие в организации коммуникационных кампаний и

		аудитории - преодолевать коммуникативные барьеры в массовой коммуникации. **Владеть** - приемами определения повестки дня СМИ - методами исследования коммуникатора. - приемами психологического анализа и экспертной оценки рекламных и PR-текстов,	работы бакалавров.		мероприятий; **ПОВЫШЕННЫЙ** Способен критически оценивать и использовать в профессиональной деятельности наиболее продуктивные методы психологии массовой коммуникации и «Паблик Рилейшенз»., способен инициировать и самостоятельно организовывать коммуникационные кампании и мероприятия
Профессиональные компетенции					
КОМПЕТЕНЦИИ		**Перечень компонентов**	**Технологии формирования**	**Форма оценочного средства**	**Уровни освоения компетенции**
ИНДЕКС	**ФОРМУЛИРОВКА**				
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации	**Знать** - структуру и функции коммуникатора в массмедиа, - основные характеристики и тенденции развития каналов массовой коммуникации - условия, требования к профессиональной деятельности, психологические особенности и специфику общения медиакоммуникатора с аудиторией,	Путем проведения лекционных и практических аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации	экзамен	**ПОРОГОВЫЙ** Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации **ПОВЫШЕННЫЙ** Способен самостоятельно

		Уметь - исследовать общественное мнение и использовать тактики и приемы его управлением через средства массовой коммуникации; - выполнять психологический анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; - анализировать психологические основы массово-коммуникативного воздействия, - оценивать возможности применения концепций воздействия масс-медиа для организации эффективных коммуникативных кампаний **Владеть** - навыками использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций, - навыками психологического исследования массовых коммуникаций, - способностью использовать потенциал социальной инфраструктуры для решения профессиональных задач.	самостоятельной работы бакалавров.		разрабатывать и оптимизировать эффективную коммуникационную структуру организации, обеспечивать эффективную внешнюю и внутреннюю коммуникацию
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и	**Знать** - свойства массмедийных сообщений - принципы и технологии «Паблик Рилейшенз»;	Путем проведения лекционных и практических	экзамен	**ПОРОГОВЫЙ** Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении

	проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	- приемы использования вербальных и невербальных техник психологического воздействия на массовую аудиторию; - методы формирования привлекательного имиджа; **Уметь** - анализировать влияние медийного канала коммуникации на эффективность массовой коммуникации, - обосновывать с психологической точки зрения выбор массмедийного канала для конкретных коммуникативных кампаний - сопоставлять различные результаты исследований медиа-аудитории и использовать их в профессиональной деятельности - адекватно оценивать теоретические проблемы массовой коммуникации и Паблик Рилейшенз использовать их основные положения и приоритеты при решении социальных и профессиональных задач **Владеть** - приемами адаптации информации для передачи по конкретному каналу коммуникации. - основными методами психологического воздействия в массовой коммуникации.	аудиторных занятий, применения новых образовательных технологий, организации самостоятельной работы бакалавров.		коммуникационных кампаний и мероприятий **ПОВЫШЕННЫЙ** Способен самостоятельно планировать, разрабатывать и проводить коммуникационные кампании и мероприятия на основе имеющихся знаний и опыта.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы		**Всего часов**	**Семестр**	
			7	**8**
			Часов	**Часов**
1.Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)		*14*	*14*	
В том числе:				
Лекции (Л)		*6*	*6*	
Практические занятия (ПЗ), семинары (С)		*8*	*8*	
Лабораторные работы (ЛР)				
2.Самостоятельная работа студента (всего)		*157*	*94*	*63*
В том числе				
СРС в семестре		*157*	*94*	*63*
Курсовой проект (работа)	КП			
	КР			
Другие виды СРС				
Работа с нормативно-правовыми актами		12	10	10
Выполнение заданий при подготовке к практическим занятиям		16	10	12
Работа со справочными материалами		12	12	12
Изучение и конспектирование литературы		40	30	10
Выполнение индивидуальных домашних заданий		44	26	11
Научно-исследовательская работа		6	6	8
СРС в период сессии		*157*	-	*63*
Вид промежуточной аттестации	зачет (З), зачет с оценкой (ЗО)	Э (9)	-	Э (9)
	экзамен (Э)			
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	180	144	36
	зач. ед.	5	4	1

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов дисциплины

№ семестра	№ Раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
7	1	Раздел 1. Введение в психологию массовых коммуникаций	Понятие, структура и основные характеристики массовой коммуникации. Функционирование системы массовой коммуникации. Ее эффективность и эффекты.
7	2	Раздел 2. Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации.	Структура массовой коммуникации. Коммуникатор в структуре массовой коммуникации.. Социально-психологическая характеристика аудитории СМИ. Массовое сознание как объект деятельности средств массовой коммуникации. Психология воздействия в массовой коммуникации. Взаимодействие между средствами массовой коммуникации и государством, обществом. Влияние массовой коммуникации на личность.

2.2. Разделы дисциплины , виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)				
			Л	ЛР	ПЗ	СРС	всего
7	**1**	**Введение в психологию массовых коммуникаций**					
7	1.1	Понятие, структура и основные характеристики массовой коммуникации	1		-	31	32
7	1.2	Массовое сознание как объект деятельности средств массовой коммуникации.	1		-	31	32
7	1.3	Психологические направления в исследовании массовой коммуникации	1		-	32	33
		Раздел дисциплины № 1	*3*		-	*94*	*97*
7	**2**	**Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации.**					

7	2.1	Понятие и типология средств массовой коммуникации.	1		-	12	13
7	2.2	Психология воздействия в массовой коммуникации	2		-	11	13
7	2.3	Аудитория как объект воздействия в МК	-		2	10	12
7	2.4	Массовая информация в системе МК	-		2	10	12
7	2.5	Психологическая характеристика коммуникатора в системе МК	-		2	10	12
7	2.6	Взаимодействие между средствами массовой коммуникации и государством, обществом. Влияние массовой коммуникации на личность.	-		2	10	12
		Раздел дисциплины № 2	*3*		*8*	*63*	*74*
		ИТОГО за семестр	**6**		**8**	**157**	**171 + 9 Экзамен**

2.3. Лабораторных работ не предусмотрено

2.4. Курсовых работ не предусмотрено

3.САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

№	№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды СРС	Всего часов
7	1	Раздел 1. Введение в психологию массовых коммуникаций	Выполнение заданий при подготовке к семинарам	8
			Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)	8
			Работа с нормативно-правовыми актами	8
			Изучение и конспектирование справочных материалов	10
			Изучение и конспектирование основных положений нормативно-правовой документации	10
			Изучение и конспектирование основной литературы	10
			Изучение и конспектирование дополнительной литературы	10

			Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка докладов, рефератов, электронных презентаций и т.д.)	10
			Чтение конспектов лекций	10
			Выполнение научно-исследовательской работы	10
			Итого	*94*
7	2	Раздел 2. Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации.	Выполнение заданий при подготовке к практическим занятиям.	2
			Чтение основной и дополнительной литературы к практическим занятиям.	2
			Конспектирование литературы к практическим занятиям.	2
			Выполнение заданий при подготовке к контрольной работе.	2
			Поиск литературы к контрольной работе	2
			Чтение основной и дополнительной литературы к контрольной работе.	2
			Работа со справочными материалами (словарями, энциклопедиями)	2
			Работа с нормативно-правовыми актами	2
			Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка докладов).	2
			Поиск литературы для подготовки доклада.	2
			Чтение основной и дополнительной литературы при подготовке доклада.	2
			Конспектирование литературы при подготовке доклада.	3
			Написание и редактирование доклада.	3
			Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка рефератов)	3
			Поиск литературы к реферату	3
			Чтение основной и дополнительной литературы к реферату.	3
			Конспектирование литературы к реферату.	4
			Написание и редактирование реферата	4
			Выполнение индивидуальных домашних заданий (подготовка эссе) и т.д.	4
			Поиск литературы к написанию эссе.	4
			Чтение основной и дополнительной литературы к написанию эссе.	4
			Написание и редактирование эссе	4
			Выполнение научно-исследовательской работы	2
			Итого	*63*
ИТОГО в семестре				**157**

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Психология массовых коммуникаций»

Методические рекомендации по подготовке к семинару

Подготовка к семинарским занятиям включает:

1) прочтение конспекта лекции;
2) чтение соответствующих глав учебника;
3) чтение первоисточников, рекомендованных к семинару;
4) конспектирование литературы;
5) ознакомление с дополнительной литературой.

Для более полного уяснения содержания социально-психологических терминов следует обращаться к психологическим словарям, энциклопедиям, справочникам.

Методические рекомендации по подготовке реферата

На основе изученного материала и руководствуясь сформировавшимся научным интересом, используя собственный практический опыт, студенты осуществляют *самостоятельное творческое задание:* реферат по курсу «Психология массовых коммуникаций».

Реферат выполняется в объеме одного условного печатного листа (16 страниц через 1,5 интервала). При компьютерном наборе следует придерживаться нормы: 64—70 знаков в строке, 28—30 строк на странице формата А4. Допускается написание текста от руки; в этом случае объем реферата увеличивается до 30 страниц. Другие параметры работы устанавливаются научным консультантом в индивидуальном порядке.

Авторы лучших самостоятельных творческих работ по рекомендации научного консультанта могут быть представлены к участию в ежегодной студенческой научной конференции, студенческих конференциях межвузовского, регионального и всероссийского уровня, а также к участию в конкурсах студенческих научных работ.

Студент может самостоятельно избрать тему реферата или воспользоваться списком примерных тем рефератов, который составляется преподавателем. Научный руководитель гарантирует студенту методическую помощь и согласовывает с ним график консультаций. Выполненная работа представляется на рецензирование не позже, чем за две недели до установленного деканатом срока аттестации.

Студент *самостоятельно* осуществляет подбор необходимой литературы и источников; умение находить и обрабатывать их является важнейшей составляющей оценки его исследования. Рекомендуется избегать прямых компиляций, использования устаревшей литературы и информации, не поддающейся проверке, «подгонки» фактических данных к концептуальной установке.

Источниковая база студенческой научной работы должна быть по возможности максимально разнообразной, включающей монографические исследования, научные статьи, словари, справочники, энциклопедии, материалы периодической печати и т.д. Количество источников в каждом конкретном случае варьируется, но, как правило, составляет не менее 10 наименований.

Реферат обязательно должен включать: план, введение, изложение содержания научного исследования, заключение и список использованной литературы и источников. При наличии приложений, они помещаются после заключения. Все приведенные в тексте цифровые данные, цитаты, заимствованные суждения и информация эксклюзивного характера должны быть подтверждены указанием источника (допускается сокращенный вариант сноски, например: [15, 223], где первая цифра — номер источника в общем списке, вторая — номер страницы).

Во введении следует изложить целевую установку, обосновать актуальность темы, дать краткий обзор литературы и источников, а при необходимости — и характеристику примененных студентом методов исследования. В основной части раскрывается суть проблемы, различные точки зрения на нее, существующие в современной науке, собственная оценка, являющаяся результатом проделанного студентом исследования. В заключении кратко резюмируется содержание работы, формулируются выводы, высказываются предложения по использованию результатов, полученных в процессе исследования, в дальнейшей учебной и (или) профессиональной деятельности.

Особое внимание следует обратить на оформление научного аппарата работы: необходимо придерживаться принятых стандартов библиографического описания документа.

Названия использованных работ в общем списке нумеруются арабскими цифрами и располагаются строго по алфавиту. Если студент использовал источники на иностранных языках, они располагаются в конце списка; при этом сохраняется единая нумерация.

На титульном листе студенческой научной работы должны быть обозначены: полное наименование вуза, кафедры, название работы, вид работы (реферат), курс и факультет (отделение), где обучается студент, его фамилия, имя и отчество (полностью), ученая степень, должность, фамилия и инициалы научного руководителя, место и время (год) выполнения работы.

Примерные темы рефератов

1. Влияние СМК на современное общество.
2. Основные аспекты теории коммуникации.
3. Основные направления исследования массовой коммуникации.
4. Коммуникация в современном обществе.
5. Кино как коммуникация.
6. Молчание как коммуникация.
7. Танец как коммуникация.

8. Особенности коммуникации в первобытном обществе.
9. Особенности коммуникации в странах Востока.
10. Особенности коммуникации в Древней Греции.
11. Особенности коммуникации в СССР.
12. Эффективность СМК.
13. Проблема свободы слова и прав личности в СМК.
14. Проблема насилия в СМИ.
15. Манипулятивные технологии в системе массовой коммуникации.
16. Формирование российской системы СМИ.
17. Особенности рекламы в разных типах СМИ.
18. Механизмы воздействия на массовое сознание в массовой коммуникации.
19. Оценка влияния СМИ на аудиторию.
20. Характеристика аудитории массовой коммуникации.
21. Международный опыт перехода к информационному обществу.
22. Благотворительность в СМК.
23. Пропаганда как специфический информационный процесс.
24. Роль цензуры в СМК.
25. Роль СМИ в формировании стереотипов общественного сознания.
26. Психологические эффекты СМИ.
27. Социальная реклама в СМИ.
28. Реклама в современной России.
29. История развития ПР за рубежом и в России.
30. Психология ПР-взаимодействий со СМИ.
31. Формирование образа мира с помощью СМК.
32. Проблема психологической безопасности воздействия МК
33. Психологические аспекты интернет-зависимости.
34. Роль развлекательных передач в российском обществе.
35. Феномен телесериала.
36. Особенности и формы мобильной коммуникации.
37. Феномен медиазависимости.
38. Моделирование социально-одобряемого поведения с помощью СМК.
39. Механизмы воздействия на подсознание в МК.
40. Социальные стереотипы в представлениях аудитории.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (см. ФОС)

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1.Основная литература

№ п/п	Автор(ы). Наименование. Год и место издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1.	Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Б. Р. Мандель. - Москва; Берлин : ДиректМедиа, 2016. - 437 с. - Библиогр.: с. 398-401. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=443847 (дата обращения 10.05.2018). - Заглавие с титул. экрана. - ISBN 978-5-4475-8351-4	1,2	5	ЭБС	-
2.	Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 512 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3446-5. Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/6CEEC0F2-2927-47A3-953C-4625216E4CCD/psihologiya-massovoy-kommunikacii (дата обращения 10.05.2018)	1,2	5	ЭБС	-
3.	Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 373 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00520-2. Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/3BA95C2E-5E2F-49A4-8F06-F301E9D805BE/psihologiya-massovyh-kommunikaciy (дата обращения 10.05.2018)	1,2	5	ЭБС	-
4.	Социальная психология [Электронный ресурс] : [учебное пособие для студентов вузов] / под ред. А. Н. Сухова; [А. Н. Сухов [и др.]. - 7-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 615 с. - Заглавие с титул. экрана. - Режим	1,2	5	ЭБС	-

	доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118148 (дата обращения 07.05.2018). - Рек. Учебно-методическим центром. - Рек. Научно-исследовательским ин-том образования и науки. - ISBN 978-5-238-02192-8.				

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы). Наименование Год и место издания	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1.	Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 327 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01325-2. Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/4C65EFEE-3D22-41FF-9011-95117E822737/socialnye-kommunikacii-psihologiya-obscheniya (дата обращения 10.05.2018)	1,2	5	ЭБС	-
2.	Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 299 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-04973-2. Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/4F6393A8-8E6F-490F-904B-87771854E966/psihologiya-massovoy-politicheskoy-kommunikacii (дата обращения 10.05.2018)	1,2	5	ЭБС	-
3.	Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 231 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06317-2. Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/0C6731B2-E59A-448A-BE95-7EFC1B36B516/osnovy-teorii-kommunikacii (дата обращения 10.05.2018)	1,2	5	ЭБС	-
4.	Алтунина, И. Р. Социальная психология : учебник для академического бакалавриата / И. Р. Алтунина, Р. С. Немов ; под ред. Р. С. Немова. — 2-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 427 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01317-7. Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/AB46FD93-709B-4004-980D-3684FFE3B3DC/socialnaya-psihologiya (дата обращения 10.05.2018)	1,2	5	ЭБС	-

5.	Свенцицкий, А. Л. Социальная психология : учебник для бакалавров / А. Л. Свенцицкий. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 408 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3211-9. Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/A6790FF3-B13C-450C-B2F6-A19DEBB44832/socialnaya-psihologiya (дата обращения 10.05.2018)	1,2	5	ЭБС	-
6.	Балдицын, П. В. Эффект реверберации в современной массовой коммуникации [Текст] / П. В. Балдицын // Вестник Московского университета. Сер. 10, Журналистика. - 2016. - № 3. - С. 81-95. - Библиогр.: с. 95 (3 назв.). - Библиогр. в сносках. – табл.	1,2	5	ЭБС	-
7.	Дианина, С. Ю. Методы работы средств массовой коммуникации в странах Северной Европы как транслятора исламских ценностей [Текст] / С. Ю. Дианина // Вопросы культурологии. - 2016. - № 3 (март). - С. 75-81. - Библиогр.: с. 80-81 (15 назв.).	1,2	5	ЭБС	-

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Портал электронной библиотеки - http://www.ihtik.lib.ru/
2. Информационно-поисковая система: Консультант Плюс - http://www. consultant.ru (edu. consultant.ru)
3. Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» - http://elibrary.ru/ Представляет собой крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 14 млн научных статей и публикаций.
4. Библиотека РГУ имени С.А. Есенина - http://library.rsu.edu.ru/. Библиотека имеет доступ: к ЭБС «Университетская библиотека online», к виртуальному читальному залу диссертаций РГБ, к полнотекстовой базе общественно-гуманитарных журналов ООО «ИВИС» и другим информационно-образовательным ресурсам по различным предметам.
5. Вестник МГУ. Серия 14. Психология - http://www.law.msu.ru/vestnik.htm/
6. Вестник МГУ. Серия 18. Социология и политология http://www.law.msu.ru/vestnik.htm/
7. http://www.vybory.ru/
8. Досье на цензуру – ж ур н а л Центра экстремальной журналистики http://www.index.org.ru/cjes/

9. Журнал популярной психологии «Здесь и сейчас» http://www.aha.ru/~here-now/
10. Журнал практического психолога http://li-der.narod.ru/
11. Мир психологии – журнал Академии педагогических и социальных наук http://www.psichology.net.ru/
12. Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены http://www.nir.ru/Socio/scipubl/wciom/monitor.htm/
13. Новое поколение – теоретический журнал по социальным наукам http://www.newgen.org/
14. Гуманитарные науки в России, раздел «Психология» http://www.students.ru/gnauka/5.htm/
15. Научно-учебный центр психологии НГУ http://src.nsu.ru/psych/
16. Национальная электронная библиотека http://nel.nns.ru/
17. Общественно-научный портал http://social.narod.ru/
18. «Официальная Россия» http://www.gov.ru/
19. Паблик рилейшнз и паблисити http://www.tele.ru/
20. Психология влияния и психологическая безопасность http://www.people.nnov.ru/volkov/
21. Фонд «Общественное мнение» http://www.fom.ru/
22. http://www.levada.ru/
23. Федеральный фонд учебных курсов по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам – http://humanities.edu.ru /
24. Каталог образовательных интернет-ресурсов – http://catalog.vlgmuk.ru/index.pl
25. Библиотека Академии Наук http://www.neva.ru/
26. Российская Государственная Библиотека http://www.rsl.ru/
27. Официальный сайт Президента России. - http://www.kremlin.ru/
28. Официальный сайт Совет Федерации РФ http://www.council.gov.ru/
29. Официальный сайт Государственная Дума РФ http://www.duma.gov.ru/
30. Официальный сайт Российской Академии государственной службы при Президенте РФ. - http://www.rags.ru/
31. Официальный сайт Государственный университет управления - http://www.guu.ru/
32. Официальный сайт Правительства Российской Федерации. - http://www.government.ru/
33. Официальный сайт - Правительство Рязанской области http://www.ryazanreg.ru/
34. Официальный сайт Рязанской областной Думы - http://www.duma.ryazan.net/
35. Официальный сайт Администрации города Рязани http://www.admrzn.ru/

36. Официальный сайт Рязанской городской Думы - http://www.rgdrzn.ru/

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций – видеопроектор, экран настенный. Два компьютерных класса.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: видеопроектор, ноутбук, переносной экран.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: отсутствуют.

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (только для стандарта ФГОС ВПО)

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.

Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.), прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических заданий, решений задач по алгоритму и др.
Индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Реферат	Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомиться со структурой и оформлением реферата.
Эссе	Это вид самостоятельной исследовательской работы студентов, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. В зависимости от темы формы эссе могут быть различными. Это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и подробный разбор проблемной ситуации с развернутыми мнениями, подбором и детальным анализом примеров, иллюстрирующих проблему и т.п. В процессе выполнения эссе студенту предстоит выполнить следующие виды работ: составить план эссе; отобрать источники, собрать и проанализировать информацию по проблеме; систематизировать и проанализировать собранную информацию по проблеме; представить проведенный анализ с собственными выводами и предложениями.

	Эссе, как правило, выполняется на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем).
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, выучить термины и др.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. Компьютерное тестирование по итогам изучения разделов дисциплины.
2. Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.
3. Использование слайд-презентаций при проведении лекций.
4. Использование слайд-презентаций при проведении практических занятий.
5. Использование видеофильмов по теме занятия.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ЛИЦЕНЗИОННОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ)

Набор ПО в компьютерных классах	
Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows Pro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО
Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО
Набор ПО для кафедральных ноутбуков	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г
Офисное приложение LibreOffice	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемое ПО
Браузер изображений FastStoneImageViewer	свободно распространяемое ПО
PDF ридер FoxitReader	свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	свободно распространяемое ПО

Запись дисков ImageBurn	свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVu Browser Plug-in	свободно распространяемое ПО

Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Психология массовых коммуникаций»

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Психология массовых коммуникаций» для промежуточного контроля успеваемости

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1.	Раздел 1. Введение в психологию массовых коммуникаций	ОК-6, ОПК-5, ПК-6, ПК-7	Экзамен
2.	Раздел 2. Социально-психологическая характеристика структурных компонентов массовой коммуникации.		

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «Психология массовых коммуникаций»

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК-6	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические конфессиональные и культурные различия	**Знать:**	
		1) особенности медиаповедения в современной инфосреде,	ОК6 З1
		2) психологические особенности коммуникационного процесса	ОК6 З2
		Уметь:,	
		1) выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение,	ОК6 У1
		2) использовать эффективные стратегии взаимодействия с массовой аудиторией	ОК6 У2
		3) использовать вербальные и невербальные техники психологического воздействия на массовую аудиторию	ОК6 У3
		Владеть:	
		1) навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения	ОК6 В1
		2) приемами анализа современных медийных текстов, форм обратной связи аудитории в ходе массовой	ОК6 В2

		коммуникации	
ОПК-5	Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	**Знать:**	
		1) категориальный аппарат дисциплины	ОПК5 З1
		2) структуру, виды, функции массовой коммуникации, ее отличия от других видов коммуникации	ОПК5 З2
		3) основы психологии массовой коммуникации	ОПК5 З3
		Уметь:	
		1) анализировать медийные тексты с точки зрения их соответствия закономерностям психических познавательных процессов аудитории	ОПК5 У1
		2) преодолевать коммуникативные барьеры в массовой коммуникации	ОПК5 У2
		Владеть:	
		1) приемами определения повестки дня СМИ	ОПК5 В1
		2) методами исследования коммуникатора.	ОПК5 В2
		3) приемами психологического анализа и экспертной оценки рекламных и PR-текстов	ОПК5 В3
ПК-6	Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной структуры организации, обеспечении внешней и внутренней коммуникации	**Знать:**	
		1) структуру и функции коммуникатора в массмедиа,	ПК6 З1
		2) основные характеристики и тенденции развития каналов массовой коммуникации	ПК6 З2
		3) условия, требования к профессиональной деятельности, психологические особенности и специфику общения медиакоммуникатора с аудиторией	ПК6 З3
		Уметь:	
		1) исследовать общественное мнение и использовать тактики и приемы его управлением через средства массовой коммуникации;	ПК6 У1
		2) выполнять психологический анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;	ПК6 У2

		3) анализировать психологические основы массово-коммуникативного воздействия	ПК6 У3
		4) оценивать возможности применения концепций воздействия масс-медиа для организации эффективных коммуникативных кампаний	ПК6 У4
		Владеть:	
		1) навыками использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций,	ПК6 В1
		2) навыками психологического исследования массовых коммуникаций	ПК6 В2
		3) способностью использовать потенциал социальной инфраструктуры для решения профессиональных задач.	ПК6 В3
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	**Знать:**	
		1) свойства массмедийных сообщений	ПК7 З1
		2) приемы использования вербальных и невербальных техник психологического воздействия на массовую аудиторию	ПК7 З2
		3) методы формирования привлекательного имиджа	ПК7 З3
		4) принципы и технологии «Паблик Рилейшенз»;	ПК7 З4
		Уметь:	
		1) Анализировать влияние медийного канала коммуникации на эффективность массовой коммуникации	ПК7 У1
		2) обосновывать с психологической точки зрения выбор массмедийного канала для конкретных коммуникативных кампаний	ПК7 У2
		3) сопоставлять различные результаты исследований медиа-аудитории и использовать их в профессиональной деятельности	ПК7 У3
		4) адекватно оценивать теоретические проблемы массовой коммуникации и Паблик Рилейшенз использовать их основные положения и приоритеты при решении социальных и профессиональных задач	ПК7 У4
		Владеть:	
		1) приемами адаптации информации для передачи по конкретному каналу коммуникации.	ПК7 В1

		2) основными методами психологического воздействия в массовой коммуникации и «Паблик Рилейшенз».	ПК7 В2

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

№	Содержание оценочного средства *(Перечень вопросов к экзамену)*	Индекс компетенции и ее элементов
1.	Понятие и основные характеристики массовой коммуникации.	ОПК5 З1 ОПК5 З2
2.	Структура массовой коммуникации, краткая характеристика основных элементов.	ОПК5 З1 ОПК5 З2
3.	Функции массовой коммуникации, ее особенности.	ОПК5 З1 ОПК5 З2
4.	Особенности общения в условиях массовой коммуникации.	ОК6 З1 ОК6 У1 ОК6 У2 ОК6 В1
5.	Коммуникативное пространство: сущность и содержание.	ОК6 З1 ОК6 У1 ОК6 У2 ОК6 В1
6.	Базовые модели массовой коммуникации.	ОК6 З1 ОК6 У1 ОК6 У2 ОК6 В1
7.	Модели процесса убеждения.	ОК6 З1 ОК6 У2 ОК6 У3 ОПК5 У2
8.	Модели распространения информации и влияния.	ОК6 З1 ОК6 У2 ОК6 У3 ОПК5 У2
9.	Эффективность и эффекты массовой коммуникации.	ОК6 В2 ПК7 У1
10.	Бихевиоризм, гештальтпсихология и когнитивизм в теории массовой коммуникации.	ОК6 З2 ОПК5 З3 ПК6 У2 ПК6 В2
11.	Фрейдизм, гуманистическая психология и аксиология в теории массовой коммуникации	ОК6 З2 ОПК5 З3 ПК6 У2 ПК6 В2
12.	Роль СМИ в формировании и трансляции ценностей современного российского общества.	ОК6 У2 ПК6 В3

		ПК6 У4
13.	Понятие, структура и основные характеристики средств массовой коммуникации.	ПК6 З2 ПК7 У1 ПК7 У2
14.	Типология средств массовой коммуникации, их краткая характеристика.	ПК6 З2 ПК7 У1 ПК7 У2
15.	Печатные виды массовой коммуникации.	ПК6 З2 ПК7 У1 ПК7 У2
16.	Радио как СМК.	ПК6 З2 ПК7 У1 ПК7 У2
17.	Телевидение как СМК.	ПК6 З2 ПК7 У1 ПК7 У2
18.	Особенности интернета как вида СМК, его основные функции.	ПК6 З2 ПК7 У1 ПК7 У2
19.	Интернет-зависимость: понятие, содержание, признаки.	ПК6 У3 ПК6 В2
20.	Телевидение, радио и интернет: специфика воздействия на аудиторию.	ПК6 З2 ПК7 У1 ПК7 У2
21.	Массовое сознание как объект деятельности массовой коммуникации: понятие, характеристика, структура.	ОПК5 З1 ОПК5 В1 ПК6 У1 ПК6 У3 ПК7 З2
22.	Общественное мнение: сущность, особенности, стадии формирования.	ОПК5 З1 ОПК5 В1 ПК6 У1 ПК6 У3 ПК7 З2
23.	Роль СМИ в формировании и регулировании общественного мнения.	ОПК5 З1 ОПК5 В1 ПК6 У1 ПК6 У3 ПК7 З2
24.	Понятие, структура и виды психологического воздействия.	ПК6 У3 ПК6 У4 ПК7 З2 ПК7 В2
25.	Основные механизмы психологического воздействия.	ПК6 У3 ПК6 У4 ПК7 З2 ПК7 В2
26.	Методы психологического воздействия на подсознание аудитории.	ПК6 У3 ПК6 У4 ПК7 З2

		ПК7 В2
27.	Средства защиты личности и общества от манипулятивного воздействия СМИ.	ПК6 У3 ПК6 У4 ПК7 З2 ПК7 В2
28.	Понятие и основные характеристики массовой информации. Механизм превращения социальной информации в массовую.	ОПК5 У1 ОПК5 В3 ПК7 З1 ПК7 В1
29.	Тематический и жанровый контент СМИ (на примере конкретного СМИ).	ОПК5 У1 ОПК5 В3 ПК7 З1 ПК7 В1
30.	Специфика подачи информационных сообщений.	ОПК5 У1 ОПК5 В3 ПК7 З1 ПК7 В1
31.	Проблема свободы слова и прав личности в СМИ.	ПК6 З3 ПК7 З2 ПК7 У3
32.	Понятие и основные характеристики аудитории СМИ: количественный и социально-демографический аспекты.	ПК6 З3 ПК7 З2 ПК7 У3
33.	Социальные стереотипы в представлениях аудитории (на конкретных примерах).	ПК6 З3 ПК7 З2 ПК7 У3
34.	Мотивы обращения аудитории к СМИ.	ПК6 З3 ПК7 З2 ПК7 У3
35.	Типология аудитории СМИ. Характеристика аудитории (на примере конкретного СМИ).	ПК6 З3 ПК7 З2 ПК7 У3
36.	Образ различных социальных групп в СМИ (на конкретном примере).	ПК6 З3 ПК7 З2 ПК7 У3
37.	Понятие и основные особенности коммуникатора в СМИ, его социально-демографические и личностные характеристики.	ОПК5 В2 ПК6 З1 ПК6 З3 ПК7 З3
38.	Особенности восприятия коммуникатора аудиторией СМИ.	ОПК5 В2 ПК6 З1 ПК6 З3 ПК7 З3
39.	Социально-психологические модели коммуникатора.	ОПК5 В2 ПК6 З1 ПК6 З3 ПК7 З3
40.	История взаимоотношений СМИ и государства (авторитарная модель, либертарианская теория прессы, «теория объективного репортажа»).	ОПК5 В1 ПК6 З2 ПК6 З3

41.	Модель независимой прессы, социалистическая модель, модель развития.	ОПК5 В1 ПК6 З2 ПК6 З3
42.	Модель социальной ответственности, модель демократического представительства, авторитарная модель.	ОПК5 В1 ПК6 З2 ПК6 З3
43.	Место цензуры в отношениях государства и СМИ.	ОПК5 В1 ПК6 З2 ПК6 З3
44.	Характеристика пропаганды, ее основные методы.	ПК6 В1 ПК7 З4 ПК7 У4
45.	Роль СМИ в развитии гражданского общества.	ОК6 У2 ПК6 В3 ПК6 У4
46.	Социальная реклама, ее эффективность в обществе.	ОК6 У2 ПК6 В3 ПК6 У4
47.	Проблема насилия в СМИ: зарубежный и отечественный опыт решения.	ПК7 У3 ПК7 З1 ПК6 У3
48.	Положительные и отрицательные последствия влияния СМИ на личность.	ОК6 У2 ПК6 В3 ПК6 У4
49.	Роль СМИ в профессиональном становлении личности.	ОК6 У2 ПК6 В3 ПК6 У4
50.	СМИ как фактор социализации личности.	ОК6 У2 ПК6 В3 ПК6 У4

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ
(Шкалы оценивания)

«Отлично» (5) / «зачтено» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

«Хорошо» (4) / «зачтено» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«Удовлетворительно» (3) / «зачтено» - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но

не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

«Неудовлетворительно» (2) / «не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.